

BAB II

KAJIAN TEORI DAN KERANGKA PIKIR

A. Kajian Teori

Definisi teori secara umum dalam buku Richard West dan Lynn H. Turner, *Pengantar Teori Komunikasi: Analisis dan Aplikasi*, teori (theory) adalah sebuah sistem abstrak yang mengindikasikan adanya hubungan antara konsep-konsep tersebut yang membantu dalam memahami sebuah fenomena. Jonathan H. Turner mendefinisikan teori sebagai sebuah proses pengembangan ide-ide yang membantu dalam menjelaskan bagaimana dan mengapa suatu peristiwa bisa terjadi.⁹

1. Komunikasi

a. Pengertian Komunikasi

Istilah komunikasi atau dalam bahasa Inggris *communication* berasal dari kata Latin *communicatio*, dan bersumber dari kata *communis* yang berarti sama. Sama disini adalah sama makna.¹⁰ Komunikasi dimaksudkan untuk membentuk kesamaan makna atau persepsi. Komunikasi terjadi agar komunikator dan komunikan mempunyai persepsi yang sama tentang apa yang disampaikan. Sedangkan secara istilah komunikasi didefinisikan sebagai proses penyampaian pesan dari seseorang (atau lembaga) kepada orang lain (atau sekelompok orang) baik secara langsung (tatap muka) atau melalui media seperti surat (selebaran), surat kabar, majalah, radio, atau televisi.¹¹

Menurut Himstreet dan Baty dalam *Business Communications: Principles and Methods*, Komunikasi adalah suatu proses pertukaran

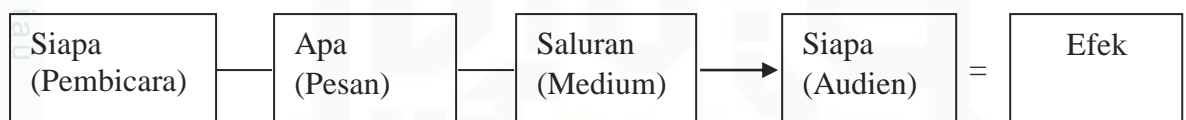
⁹Richard West, Lynn H. Turner, *Pengantar Teori Komunikasi: Analisis dan Aplikasi*, (Jakarta: Salemba Humanika, 2013), 49.

¹⁰Onong Uchjana Effendy, *Ilmu Komunikasi: Teori dan Praktek*, (Bandung, PT Remaja Rosdakarya, 2001), 9.

¹¹Dedy Mulyana, *Ilmu Komunikasi: Suatu Pengantar*, (Bandung: Rosdakarya, 2005), 61.

informasi antar individu melalui sistem yang biasa (lazim), baik dengan simbol-simbol, sinyal-sinyal, maupun perilaku atau tindakan.¹²

Menurut Hovland, komunikasi adalah proses mengubah perilaku orang lain (*communications is the process to modify the behavior of other individuals*). Sedangkan Harold D. Lasswell memberi pendapat tentang komunikasi: *Who Says What In Which Channel To Whom With What Effect?* (siapa mengatakan apa, dengan saluran apa, kepada siapa, dengan efek apa?).¹³



Gambar 2.1 Model Komunikasi Lasswell (Muhammad Arni, 2009)

Paradigma lasswell tersebut menunjukkan bahwa komunikasi meliputi lima unsur sebagai jawaban dari pertanyaan yang diajukan itu, yakni:

- Komunikator (*communicator, source, sender*)
- Pesan (*message*)
- Media (*channel, media*)
- Komunikan (*communicant, communicate, receiver, recipient*)
- Efek (*effect, impact, influence*)¹⁴

Jadi, berdasarkan Lasswel tersebut, komunikasi adalah proses penyampaian pesan oleh komunikator kepada komunikan melalui media yang menimbulkan efek tertentu.¹⁵

¹² Djoko Purwanto, *Komunikasi Bisnis*, (Jakarta: Erlangga, 2006), 3.

¹³ Wiryanto, *Pengantar Ilmu Komunikasi*, (Jakarta: Grasindo, 2004), 7.

¹⁴ Onong Uchjana Effendy, *Ilmu Komunikasi: Teori dan Praktek*, (Bandung, PT Remaja Rosdakarya, 2001), 10.

¹⁵ Ibid.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

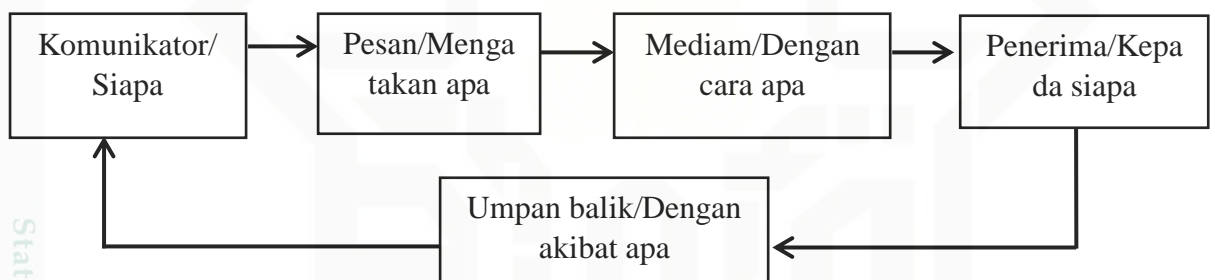
b. Prinsip Komunikasi

Menurut Seiler (1988), ada empat prinsip dasar komunikasi, yaitu:

1. Komunikasi adalah suatu proses yang merupakan suatu seri kegiatan yang terus menerus, yang tidak mempunyai permulaan atau akhir dan selalu berubah-ubah.
2. Komunikasi adalah sistem, yang terdiri dari beberapa komponen dan masing-masing komponen mempunyai tugas masing-masing.
3. Komunikasi bersifat interaksi dan transaksi.
4. Komunikasi dapat terbangun disengaja maupun tidak disengaja.¹⁶

c. Proses Komunikasi

Proses komunikasi komunikasi sangat berkaitan dengan bagaimana komunikasi itu berlangsung yang diawali: siapa, menyampaikan apa, dengan cara apa atau melalui apa, kepada siapa dan berakibat apa.¹⁷



Gambar 2.2 Proses Komunikasi (Komang Ardana, dkk, 2009)

d. Tujuan Komunikasi

Menurut Effendy tujuan komunikasi terdiri dari:

- Mengubah sikap (*to change the attitude*)
- Mengubah opini atau pendapat/pandangan (*to change the opinion*)
- Mengubah perilaku (*to change the behavior*)
- Meubah masyarakat (*to change the society*)¹⁸.

¹⁶ Muhammad Arni, *Komunikasi Organisasi*, (Jakarta: Bumi Aksara, 2009), 19-21.

¹⁷ Komang Ardana, dkk, *Perilaku Keorganisasian*, (Yogyakarta: Graha Ilmu, 2009), 57.

¹⁸ Onong Uchjana Effendy, *Ilmu, Teori & Filsafat Komunikasi*. Bandung: Citra Aditya Bakti, 2006), 55.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

e. Fungsi Komunikasi

Fungsi adalah potensi yang dapat digunakan untuk memenuhi tujuan-tujuan tertentu. Komunikasi sebagai ilmu, seni, dan lapangan kerja sudah tentu memiliki fungsi dan dapat dimanfaatkan oleh manusia dalam memenuhi kebutuhan hidup.¹⁹

Menurut effendy terdapat empat fungsi komunikasi, yaitu²⁰:

1. Menyampaikan informasi (*to inform*)

Dengan komunikasi, komunikator dapat menyampaikan informasi kepada komunikan. Serta terjadi pertukaran informasi antara komunikator dan komunikan.

2. Mendidik (*to educate*)

Komunikasi sebagai saran untuk mendidik, dalam arti bagaimana komunikasi baik secara formal maupun informal bekerja untuk memberikan atau bertukar pengetahuan. Dan kebutuhan akan pengetahuan akan terpenuhi.

3. Menghibur (*to entertain*)

Komunikasi merupakan interaksi antara komunikator dan komunikan. Interaksi tersebut menimbulkan reaksi interkatif yang menghibur baik terjadi pada komunikator maupun komunikan.

4. Mempengaruhi (*to influence*)

Komunikasi sebagai sarana untuk mempengaruhi artinya terdapat upaya untuk mempengaruhi komunikan melalui pesan yang disampaikan atau dikirim oleh komunikator. Upaya tersebut dapat berupa pesan persuasive atau ajakan yang dapat mempengaruhi komunikan. Komunikator dapat membawa pengaruh negatif atau negatif dan komunikan dapat menerima maupun menolak pesan tersebut tanpa ada paksaan.

¹⁹ Hafied Cangara, *Pengantar Ilmu Komunikasi*, (Jakarta: Raja Grafindo, 2006), 55.

²⁰ Onong Uchjana Effendy, *Ilmu Komunikasi: Teori dan Praktek*, (Bandung, PT Remaja Rosdakarya, 2004), 8.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Fungsi komunikasi dalam buku aneka suara, satu dunia (*Many Voices One World*) dengan MacBride sebagai editor, menjelaskan apabila komunikasi dipandang lebih luas, tidak hanya diartikan sebagai pertukaran berita dan pesan, tetapi sebagai kegiatan individu dan kelompok mengenai tukar-menukar data, fakta, ide, maka fungsinya dalam setiap sistem sosial adalah sebagai berikut²¹:

1. Informasi: pengumpulan, penyimpanan, pemrosesan, penyebaran berita, data, gambar, fakta dan pesan. Opini dan komentar yang dibutuhkan agar orang dapat mengerti dan bereaksi secara jelas terhadap kondisi internasional, lingkungan, dan orang lain, dan agar dapat mengambil keputusan yang tepat.
2. Sosialisasi (pemasyarakatan): penyediaan sumber ilmu pengetahuan yang memungkinkan orang bersikap dan bertindak sebagai anggota masyarakat yang efektif yang menyebabkan ia sadar akan fungsi sosialnya sehingga ia dapat aktif di dalam masyarakat.
3. Motivasi: menjelaskan tujuan masyarakat jangka pendek maupun jangka panjang, mendorong orang menentukan pilihannya dan keinginannya, mendorong kegiatan individu dan kelompok berdasarkan tujuan bersama yang akan dikejar.
4. Perdebatan dan diskusi: menyediakan dan saling menukar fakta yang diperlukan untuk memungkinkan persetujuan atau menyelesaikan perbedaan pendapat mengenai masalah publik, menyediakan bukti-bukti yang relevan yang diperlukan untuk kepentingan umum dan agar masyarakat lebih melibatkan diri dalam masalah yang menyangkut kegiatan bersama di tingkat internasional, nasional dan local.
5. Pendidikan: pengalihan ilmu pengetahuan sehingga mendorong perkembangan intelektual, pembentukan watak, dan pendidikan keterampilan serta kemahiran yang diperlukan pada semua bidang kehidupan.

²¹ Onong Uchjana Effendy. *Ilmu Komunikasi: Teori dan Praktek*. (Bandung, PT Remaja Rosdakarya, 2001), 27-28.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

6. Memajukan kebudayaan: penyebarluasan hasil kebudayaan dan seni dengan maksud melestarikan warisan masa lalu, perkembangan imajinasi dan mendorong kreativitas serta kebutuhan estetikanya.
7. Hiburan: penyebarluasan sinyal, simbol, suara dan citra (*image*) dari drama, tari, kesenian, kesusastraan, musik, komedi, olah raga, permainan, dan sebagainya untuk rekreasi dan kesenangan kelompok dan individu.
8. Integrasi: menyediakan bagi bangsa, kelompok, dan individu kesempatan memperoleh berbagai pesan yang diperlukan mereka agar mereka dapat saling kenal dan mengerti dan menghargai kondisi, pandangan, dan keinginan orang lain.

2. Komunikasi dalam Organisasi

a) Pengertian Komunikasi Organisasi

Manusia sebagai individu, niscaya hidup dalam suatu masyarakat. Hal ini merupakan kodrat selama manusia hidup di dunia ini. Manusia akan mempengaruhi dan dipengaruhi oleh segala hal yang terjadi dan berlaku dalam masyarakatnya, baik jumlahnya banyak maupun dalam jumlah sedikit. Demikian pula organisasi yang terdiri dari kumpulan manusia, tentu akan mempunyai ciri dan karakteristik sendiri.²²

Dalam buku komunikasi organisasi karya R. Wayne Pace dan Don F. Faules mengklasifikasikan definisi komunikasi organisasi menjadi dua, yaitu definisi fungsional dan definisi interpretif. Definisi fungsional komunikasi Organisasi yaitu sebagai pertunjukkan dan penafsiran pesan di antara unit-unit komunikasi yang merupakan bagian suatu organisasi tertentu. Suatu organisasi terdiri dari dari unit-unit komunikasi dalam hubungan hierarkis antara yang satu dengan lainnya dan berfungsi dalam suatu lingkungan.²³

²² Sentot Imam Wahjyo, *Perilaku Organisasi*. (Yogyakarta: Graha Ilmu, 2010), 7.

²³ R. Wayne Don F Faules, *Komunikasi Organisasi*, (Bandung: Remaja Rosdakarya, 2010), 31.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Gambar di bawah ini melukiskan konsep suatu sistem komunikasi organisasi. Garis yang putus-putus melukiskan gagasan bahwa hubungan-hubungan ditentukan secara alami; hubungan-hubungan itu juga menunjukkan bahwa struktur suatu organisasi bersifat luwes dan mungkin berubah sebagai respons terhadap kekuatan-kekuatan lingkungan yang internal dan eksternal. Struktur organisasi dalam lingkungan internal terdapat komunikasi vertikal, komunikasi horizontal dan komunikasi diagonal.



Sumber: Sistem komunikasi organisasi dalam buku “R. Wayne dan F Faules, *Komunikasi organisasi*, (Bandung: Remaja Rosdakarya, 2010), 32).

Gambar 2.3 Sistem Komunikasi Organisasi

Sedangkan definisi interpretif komunikasi organisasi cenderung menekankan pada kegiatan penanganan-pesan yang terkandung dalam suatu “batas Organisasional (*organization boundary*)”. Selain itu, komunikasi organisasi merupakan perilaku pengorganisasian yang terjadi dan bagaimana mereka terlibat dalam proses itu, bereinteraksi dan memberi makna atas apa yang terjadi.²⁴

²⁴ R. Wayne Don F Faules, *Komunikasi Organisasi*, (Bandung: Remaja Rosdakarya, 2010), 33.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Redding dan Sanborn mengatakan bahwa komunikasi organisasi adalah pengiriman dan penerimaan informasi dalam organisasi yang kompleks. Yang termasuk dalam bidang ini adalah komunikasi internal, hubungan manusia, hubungan persatuan pengelola, komunikasi *downward* atau komunikasi dari atas kepada bawahan, komunikasi *upward* atau komunikasi dari bawahan kepada atasan, komunikasi horizontal atau komunikasi dari orang-orang yang sama level atau tingkatnya dalam organisasi, keterampilan dalam berkomunikasi dan berbicara, mendengarkan, menulis dan komunikasi evaluasi program.²⁵

Komunikasi organisasi (*organizational communication*) mencakup komunikasi yang terjadi di dalam dan di antara lingkungan yang besar dan luas. Jenis komunikasi ini sangat bervariasi karena komunikasi organisasi juga meliputi komunikasi interpersonal (percakapan antara atasan dan bawahan), kesempatan berbicara di depan publikasi (persentasi yang dilakukan oleh eksekutif dalam perusahaan), kelompok kecil (kelompok kerja yang mempersiapkan laporan), dan komunikasi dengan media (memo internal, *e-mail*, dan koferensi jarak jauh).²⁶

Dimensi komunikasi dalam kehidupan organisasi terbagi menjadi dua, yaitu²⁷:

1. Komunikasi Internal

Komunikasi internal menurut Lawrence D. Brennan adalah pertukaran gagasan di antara para administrator dan karyawan dalam suatu perusahaan atau jawatan tersebut lengkap dengan strukturnya yang khas dengan (organisasi) dan pertukaran gagasan secara horizontal dan vertikal di dalam perusahaan atau jawatan yang menyebabkan pekerjaan berlangsung (operasi dan manajemen).

²⁵ Arni Muhammad, *Komunikasi Organisasi*, (Jakarta: Bumi Aksara, 2009), 65.

²⁶ Richard West, Lynn H. Turner, *Pengantar Teori Komunikasi: Analisis dan Aplikasi*, (Jakarta: Salemba Humanika, 2013), 38.

²⁷ Onong Uchjana Effendy, *Ilmu Komunikasi: Teori dan Praktek*, (Bandung, PT Remaja Rosdakarya, 2004), 122-130.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

2. Komunikasi Eksternal

Komunikasi eksternal adalah komunikasi antara pimpinan organisasi dengan khalayak diluar organisasi. Komunikasi eksternal terdiri dari dua jalur secara timbal balik, yakni komunikasi dari organisasi kepada khalayak dan dari khalayak ke organisasi.

b) Komunikasi Internal dalam Organisasi

Komunikasi internal adalah komunikasi dalam itu sendiri seperti komunikasi dari bawahan kepada atasan, komunikasi dari atasan ke bawahan, dan komunikasi sesama karyawan yang sama tingkatnya. Adapun komunikasi internal dalam komunikasi yaitu:

1. Komunikasi vertikal

Komunikasi vertikal, yakni komunikasi dari atas ke bawah (*downward communication*) dan dari bawah ke atas (*upward communication*), adalah komunikasi dari pimpinan kepada bawahan dan dari bawahan kepada pimpinan secara timbal balik (*two-way traffic communication*). Dalam komunikasi vertikal, pimpinan memberikan instruksi-instruksi, petunjuk-petunjuk, informasi-informasi, penjelasan-penjelasan, dan lain-lain. Dalam pada itu, bawahan memberikan laporan-laporan, saran-saran, pengaduan-pengaduan, dan sebagainya.²⁸

Komunikasi dua arah secara timbal balik tersebut dalam organisasi penting sekali karena jika hanya satu arah saja dari pimpinan kepada bawahan, roda organisasi tidak berjalan dengan baik. Pimpinan perlu mengetahui laporan, tanggapan, atau saran para karyawan sehingga suatu keputusan atau kebijaksanaan yang diambil dalam rangka mencapai tujuan yang telah ditetapkan. Komunikasi vertika dapat dilakukan secara langsung antara pimpinan tertinggi dengan seluruh karyawan, bisa juga bertahap melalui eselon-eselon yang banyak bergantung pada besarnya kompleksnya organisasi.²⁹

²⁸ Onong Uchjana Effendy, *Ilmu Komunikasi: Teori dan Praktek*, (Bandung, PT Remaja Rosdakarya, 2004), 123.

²⁹ Ibid.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

a. Komunikasi dari Atas ke Bawah

Secara sederhana, transformasi informasi dari manajer dalam semua level bawahan merupakan komunikasi dari atas ke bawahan (*top-down atau downward communication*). Aliran komunikasi dari manajer ke bawahan terkait umumnya dengan tanggung jawab dan kewenangannya dalam suatu organisasi. Seorang manajer memiliki tujuan untuk menyampaikan informasi, mengarahkan, mengkoordinasi, memotivasi, memimpin, dan mengendalikan sebagian yang ada berbagai kegiatan yang ada di level bawah.³⁰

Komunikasi dari atasan ke bawahan disebut juga dengan komunikasi bawah. Menurut Lewis dalam Arni Muhammad, komunikasi ke bawah adalah untuk menyampaikan tujuan, untuk perubahan sikap, membentuk pendapat mengurangi ketakutan dan kecurigaan yang timbul karena salah informasi, mencegah kesalah pahaman karena kurang informasi dan mempersiapkan anggota organisasi untuk menyesuaikan diri dengan perubahan.³¹

Manajer atau pimpinan menyampaikan informasi kepada bawahannya dapat dilakukan dengan berbagai metode. Pimpinan dapat memilih metode dan media sehingga komunikasi dengan bawahannya berjalan efektif. Menurut Pace (1989) dalam Arni Muhammad, empat klasifikasi metode, yaitu: metode lisan, metode tulisan, dan campuran dari lisan-tulisan dan gambar. Sedangkan hasil penelitian level menyatakan metode yang paling efektif adalah metode lisan diikuti dengan tulisan, disokong oleh hasil penelitian Dahle. Mereka juga mengatakan bahwa pemakaian papan pengumuman dan metode tulisan saja kurang efektif digunakan.³²

³⁰ Djoko Purwanto, *Komunikasi Bisnis*, (Jakarta: Erlangga, 2006), 40.

³¹ Arni Muhammad, *Komunikasi Organisasi*, (Jakarta: Bumi Aksara, 2009), 108.

³² Ibid, 114-115.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Bentuk komunikasi yang biasa digunakan dalam tiap metode komunikasi ke bawah adalah³³:

1. Metode lisan, dapat dilakukan melalui rapat, diskusi, seminar, konferensi, interview, telepon, sistem intercom, kontak interpersonal, dan ceramah.
2. Metode tulisan, dapat dilakukan melalui: surat, memo, telegram, majalah, surat kabar, deskripsi pekerjaan, laporan tertulis, dan pedoman kebijaksanaan.
3. Metode gambar, dapat dilakukan dengan melalui: grafik, poster, peta, film, *slide display*, dan foto.

Seorang pimpinan membutuhkan media sebagai alat atau sarana dalam penyampaian pesan atau informasi kepada bawahannya sehingga pesan yang disampaikan mengalir dengan baik kepada bawahannya. Saluran dan media komunikasi ke bawah digunakan oleh pimpinan untuk menyampaikan kebijakan, prosedur kerja, peraturan, instruksi, gagasan, dan umpan balik mengenai pelaksanaan pekerjaan bawahan. Pertemuan tatap-muka langsung, pembicaraan lewat telepon, memo dan instruksi tertulis merupakan media atau saluran yang banyak digunakan untuk komunikasi ke bawah.³⁴

Saluran dan media komunikasi ke bawah dalam buku Abdullah Masmuh yang berjudul *Komunikasi Organisasi* terbagi menjadi saluran dan media komunikasi tertulis dan saluran dan media komunikasi lisan.³⁵

1. Saluran dan media komunikasi tertulis seperti: deskripsi jabatan dan pedoman prosedur kerja, buku pedoman (handbook), majalah, dan bulletin perusahaan, memo dan instruksi tertulis, papan pengumuman dan poster, laporan tahunan yang dipublikasikan, dan surat.

³³ Arni Muhammad, *Komunikasi Organisasi*, (Jakarta: Bumi Aksara, 2009), 116.

³⁴ Abdullah Masmuh, *Komunikasi Organisasi dalam Perspektif Teori dan Praktek*, (Malang: UMM Press, 2010), 11.

³⁵ Ibid. 23.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

2. Saluran dan media komunikasi lisan, seperti: pembicaraan lewat telepon, komunikasi tatap muka, panitia, dan konferensi.

Ada lima fungsi komunikasi yang biasa dikomunikasikan dari atasan kepada bawahan, menurut Katz & Kahn, yaitu³⁶:

- a) Informasi mengenai bagaimana melakukan pekerjaan.
- b) Informasi mengenai dasar pemikiran bagaimana untuk melakukan pekerjaan.
- c) Informasi mengenai kebijakan dan pratik organisasi.
- d) Informasi mengenai kinerja pegawai.
- e) Informasi untuk mengembangkan rasa memiliki tugas.

Ronald Adler dan Goerge Rodman menguraikan fungsi komunikasi kebawah, adalah³⁷:

- a) Pemberian atau penyampain instruksi kerja (*job intrucsion*)
- b) Penjelasan dari pimpinan tentang mengapa suatu tugas perlu untuk dilaksanakan (*job rationale*)
- c) Penyampain informasi mengenai peraturan-peraturan yang berlaku (*procedures and practices*)
- d) Pemberian motivasi kepada karyawan untuk bekerja dengan baik.

b. Komunikasi dari Bawah ke Atas

Dalam struktur komunikasi, komunikasi dari bawah ke atas (*bottom-up atau upward communication*) berarti alur pesan yang disampaikan berasal dari bawah (karyawan) menuju ke atas (manajer). Tujuan dari komunikasi ini adalah untuk memberikan balikan, memberikan saran dan mengajukan pertanyaan.³⁸ Menurut Smith, komunikasi ke atas berfungsi sebagai balikan bagi pimpinan memberikan tentang keberhasilan suatu pesan yang disampaikan

³⁶ Dedy Mulyana, *Ilmu Komunikasi: Suatu Pengantar*, (Bandung: Rosda Karya, 2005), 18.

³⁷ Stewart L Tubbs dan Styvia Moss, *Human Communication: Konteks-Konteks Komunikasi*, (Bandung: PT. Remaja Rosdakrya, 2000), 135.

³⁸ Arni Muhammad, *Komunikasi Organisasi*, (Jakarta: Bumi Aksara, 2009), 117

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumpukan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

kepada bawahan dan dapat memberikan stimulus kepada karyawan untuk berpartisipasi dalam merumuskan pelaksanaan kebijaksanaan bagi departemennya atau organisasinya.³⁹

Komunikasi ke atas dapat berupa laporan prestasi kerja (*performance report*), saran-saran, rekomendasi, usulan anggaran, pendapat atau opini, keluhan, permohonan bantuan, atau instruksi.⁴⁰ Media atau saluran yang banyak digunakan dalam komunikasi ke atas adalah pertemuan tatap muka langsung, pertemuan berencana kelompok karyawan, percakapan informal dengan pimpinan pembicaraan lewat telepon, dan catatan, dan memo tertulis.⁴¹

2. Komunikasi Horizontal

Komunikasi horizontal (*horizontal communications*) atau sering disebut dengan istilah komunikasi lateral (*lateral communications*) adalah komunikasi yang terjadi antara bagian-bagian yang memiliki posisi sejajar atau sederajat dalam suatu organisasi.⁴² Komunikasi horizontal adalah pertukaran pesan di antara orang yang sama tingkat otoritasnya di dalam organisasi. Pesan yang mengalir menurut fungsi dalam organisasi diarahkan secara horizontal. Pesan ini biasanya berhubungan dengan tugas-tugas atau tujuan kemanusiaan, seperti koordinasi, pemecahan masalah, penyelesaian konflik, dan saling memberikan informasi.⁴³

Berbeda dengan komunikasi vertikal yang sifatnya lebih formal, komunikasi horizontal sering kali berlangsung tidak formal. Mereka berkomunikasi satu sama lain bukan waktu mereka sedang bekerja, melainkan pada saat istirahat, sedang rekreasi atau sedang waktu pulang kerja. Tujuan komunikasi horizontal antara lain untuk melakukan persuasi, mempengaruhi, dan memberikan informasi

³⁹ Arni Muhammad, *Komunikasi Organisasi*, (Jakarta: Bumi Aksara, 2009), 117.

⁴⁰ Abdullah Masmuh, *Komunikasi Organisasi dalam Perspektif Teori dan Praktek*, (Malang: UMM Press, 2010), 12.

⁴¹ Ibid.

⁴² Djoko Purwanto, *Komunikasi Bisnis*, (Jakarta: Erlangga, 2006), 40.

⁴³ Arni Muhammad, *Op., Cit.*, 121.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

kepada bagian atau departemen yang memiliki kedudukan yang sejajar.⁴⁴

Bentuk komunikasi horizontal yang sering terjadi yaitu, rapat-rapat komite, interaksi informal pada waktu jam istirahat, percakapan telepon, memo dan nota, aktivitas sosial, dan kelompok mutu. Contoh komunikasi ke samping atau komunikasi horizontal adalah diskusi antar kepala seksi dan diskusi antar pegawai.⁴⁵ Media komunikasi yang banyak dipakai dalam komunikasi ke samping adalah pertemuan tatap-muka langsung, pembicaraan lewat telepon, memo tertulis, perintah kerja dalam bentuk surat tugas, dan formulir permohonan (*requisition form*).⁴⁶

3. Komunikasi Diagonal

Komunikasi diagonal (*diagonal communication*) melibatkan komunikasi antara dua tingkat (level) organisasi yang berbeda. Komunikasi diagonal adalah komunikasi antara seksi dengan pegawai seksi lain.⁴⁷ Bentuk komunikasi diagonal memiliki beberapa keuntungan, di antara lain adalah⁴⁸:

1. Penyebaran informasi bisa meliputi lebih cepat ketimbang komunikasi tradisional.
2. Memungkinkan individu dan berbagai bagian atau departemen ikut membantu menyelesaikan masalah dalam organisasi.

Komunikasi internal meliputi berbagai cara yang dapat diklasifikasikan menjadi dua jenis, yaitu⁴⁹:

1. Komunikasi persona (*personal communication*)

Komunikasi persona ialah komunikasi antara dua orang dan dapat berlangsung dengan dua cara, yaitu komunikasi tatap muka (*face to*

⁴⁴ Djoko Purwanto, *Komunikasi Bisnis*, (Jakarta: Erlangga, 2006), 42.

⁴⁵ Arni Muhammad, *Komunikasi Organisasi*, (Jakarta: Bumi Aksara, 2009), 124-15

⁴⁶ Abdullah Masmuh, *Komunikasi Organisasi*, (Jakarta: Bumi Aksara, 2009) 13-14.

⁴⁷ Onong Uchjana Effendy, *Ilmu Komunikasi: Teori dan Praktek*, (Bandung, PT Remaja Rosdakarya, 2004), 125.

⁴⁸ Djoko Purwanto, *Op., Cit.*, 44.

⁴⁹ Onong Uchjana Effendy, *Op., Cit.*, 125.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

face communiaction) dan komunikasi bermedia (*mediated communication*). Komunikasi persona tatp muka langsung secara dialogis sambil saling menatap sehingga terjadi kontak pribadi (*personal contact*). Ini disebut dengan komunikasi antarpesona (*interpesonal communication*). Sedangkan komunikasi persona bermedia adalah komunikasi dengan menggunakan alat, umpamanya telepon atau memoremdum. Karena melaui alat, maka antara dua alat tersebut tidak terdapat kontak pribadi.⁵⁰

Komunikasi antarpesona atau komunikasi interpesonal dengan situasi tatap muka dianggap sebagai jenis komunikasi efektif untuk mengubah sikap, pendapat, dan perilaku (*attitude, opinion, and behavior change*) seseorang.

2. Komunikasi kelompok

Menurut Tillman, kelompok adalah bagian dari integral dari semua organisasi.⁵¹ Komunikasi kelompok adalah komunikasi antara seseorang dengan sekelompok orang dalam situasi tatap muka. Kelompok ini bisa kecil, dapat juga besar, tetapi berapa besar jumlah orang termasuk kelompok kecil dan berapa jumlahnya termasuk kelompok besar tidak ditentukan dengan perhitungan secara eskak, dengan ditentukan berdasarkan ciri dan sifat komunikasi dalam hubungannya dengan proses komunikasi. Oleh karena itu, dalam komunikasi kelompok dibedakan kelompok kecil dan kelompok besar. Bentuk komunikasi kelompok adalah komunikasi tatap muka, seperti komunikasi yang terjadi dalam rapat, briving, brainstorming, dan upacara bendera.⁵²

a) Komunikasi kelompok kecil (*small group communication*)

Komunikasi kelompok kecil adalah komunikasi antara seseorang manajer atau administrator dengan sekelompok karyawan yang

⁵⁰ Onong Uchjana Effendy, *Ilmu Komunikasi: Teori dan Praktek*, (Bandung, PT Remaja Rosdakarya, 2004), 125.

⁵¹ Arni Muhammad, *Komunikasi Organisasi*, (Jakarta: Bumi Aksara, 2009), 181-182.

⁵² Onong Uchjana Effendy, *Op., Cit.*, 126.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

memungkinkan terdapat kesempatan bagi salah seorang untuk memberikan tanggapan secara verbal. Dengan lain perkataan, dalam komunikasi kelompok kecil si pemimpin dapat melakukan komunikasi antarpersona dengan salah seorang dengan peserta kelompok.⁵³

b) Komunikasi kelompok besar (*large group communication*)

Kelompok besar adalah kelompok komunikasi yang karena jumlahnya yang banyak, dalam situasi komunikasi hampir tidak terdapat kesempatan untuk memberikan tanggapan secara verbal. Dengan lain perkataan, dalam komunikasi dengan kelompok besar, kecil sekali kemungkinannya bagi komunikator untuk berdialog dengan komunikasi.⁵⁴

Dalam komunikasi internal suatu jawatan atau perusahaan jarang sekali terjadi komunikasi kelompok besar kecuali dalam upacara bendera yang sering dipergunakan oleh seorang kepala atau pimpinan yang sifatnya umum, yang berkaitan dengan kepentingan seluruh karyawan.⁵⁵

c) Fungsi Komunikasi dalam Organisasi

Menurut Bungin yang mengutip pendapat sendjaja dalam bukunya yang berjudul sosiologi komunikasi, ada empat fungsi komunikasi dalam organisasi, yaitu⁵⁶:

a. Fungsi informatif

Komunikasi digunakan sebagai upaya untuk menyampaikan informasi sebanyak mungkin kepada semua anggota organisasi, agar semua anggota tahu dan dapat melaksanakan pekerjaannya masing-

⁵³ Onong Uchjana Effendy, *Ilmu Komunikasi: Teori dan Praktek*, (Bandung, PT Remaja Rosdakarya, 2004), 126-127.

⁵⁴ Ibid, 127-128.

⁵⁵ Ibid, 128.

⁵⁶ Burhan Bungin, *Sosiologi Komunikasi: Teori, Paradigma, dan Diskursus Teknologi Komunikasi di Masyarakat*, (Jakarta: Kencana, 2008), 278.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

masing, dan sebagai informasi untuk membuat suatu kebijakan dan keputusan organisasi.

b. Fungsi Regulatif

Pesan-pesan regulatif lebih berfungsi sebagai upaya untuk mengatur dan mengendalikan semua anggota organisasi, mulai dari level pimpinan sampai level bawahan serta sebagai upaya untuk memberikan instruksi atau perintah maupun larangan yang semuanya berorientasi pada tugas atau pekerjaan. Oleh karena itu pesan-pesan regulative sangat berkaitan dengan peraturan-peraturan yang telah ditetapkan dan diberlakukan dalam organisasi.

c. Fungsi persuasif

Dalam mengatur, mengendalikan dan mengoperasikan organisasi bukan hanya dibutuhkan jabatan dan kekuasaan atau kewenangan. Juga dibutuhkan kemampuan dalam mempersuasi, sehingga setiap anggota organisasi tidak hanya menjadi seorang pekerja rutinitas biasa, tetapi juga akan memiliki “sentiment keanggotaan” dan “loyalitas” yang tinggi. Teknik komunikasi persuasif ini bukan hanya digunakan oleh para pimpinan organisasi, tetapi juga digunakan oleh semua anggota organisasi tentunya dengan latar belakang kepentingan masing-masing.

d. Fungsi integratif

Fungsi ini mengupayakan adanya jalinan komunikasi formal maupun informal di antara anggota-anggota organisasi, lewat berbagai kegiatan komunikasi seperti kegiatan darmawisata yang diikuti oleh semua anggota organisasi. Seperti halnya pada kementerian agama kota pekanbaru mengikuti Hari Amal Bakti setiap tahunnya yang akan diikuti oleh seluruh pegawainya.

d) Aliran Informasi dalam Organisasi

Informasi tidak bergerak dengan sendirinya, kenyataannya informasi dialirkan oleh komunikator kepada komunikan. Dalam penyampaian informasi tersebut merupakan tantangan besar karena

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

mungkin saja terjadi distorsi di tengah jalan. Dalam suatu organisasi dalam bentuk sebuah kantor pelayanan, komunikasi yang digunakan menentukan informasi tersebut tepat sasaran dan dapat dipahami secara “sama” oleh semua pihak.

Menurut Guetzkow yang dikutip oleh R. Wayne Pace dan Don. F. Faules dalam buku organisasi komunikasi organisasi menyatakan “aliran informasi dalam suatu organisasi dapat terjadi dengan tiga cara: serentak, berurutan, atau kombinasi dari kedua cara ini.”⁵⁷

a. Penyebaran pesan secara serentak

Pada zaman sekarang, penyebaran pesan secara serentak di sebuah organisasi mudah dilakukan. Karena banyak teknologi yang memudahkan manusia dalam menjalankan aktivitas tersebut. Seperti telepon, internet dan lain-lainnya. Penyebaran secara serentak mungkin suatu cara yang lebih umum, lebih efektif dan lebih efisien dari pada cara lain untuk melancarkan aliran informasi dalam suatu organisasi.

Sebagian besar dari komunikasi organisasi berlangsung dari orang ke orang, atau diadik, hanya melibatkan sumber pesan dan penerima- yang menginterpretasikan pesan – sebagai tujuan akhir. Meskipun demikian, cukup sering seorang menginginkan informasi disampaikan kepada lebih dari satu orang, misalnya bila diperlukan perubahan jadwal kerja atau bila kelompok harus diberi penjelasan mengenai suatu prosedur baru. Sering kali pesan-pesan disebut memo dikirimkan kepada sejumlah orang dalam sebuah organisasi.

b. Penyebaran Pesan Secara Beurutan

Haney (1962) mengemukakan bahwa “penyampaian pesan berurutan merupakan bentuk komunikasi yang utama, yang pasti yang terjadi dalam organisasi”.⁵⁸ Penyebaran secara berurutan meliputi keperluan bentuk penyebaran diadik, jadi pesan disampaikan dari seseorang ke orang lain, dan orang lain ke orang lainnya begitu seterusnya

⁵⁷ R. Wayne Don F Faules, *Komunikasi Organisasi*, (Bandung: Remaja Rosdakarya, 2010), 171.

⁵⁸ Ibid, 172.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

dalam serangkaian informasi transaksi dua orang, dalam hal ini setiap individu kecuali orang ke-1 (sumber pesan), mula-mula menginterpretasi pesan yang diterimanya dan kemudian meneruskan hasil interpretasi kepada orang berikutnya dalam serangkaian tersebut.

Bila pesan disebarkan secara berurutan, penyebaran informasi yang berlangsung dalam waktu yang tidak berurutan, jadi informasi tiba di tempat yang berbeda dan pada waktu yang berbeda pula. Individu cenderung menyadari adanya informasi yang berlainan. Karena adanya perbedaan dalam menyadari informasi tersebut, mungkin timbul masalah dalam koordinasi. Adanya keterlambatan dalam penyebaran informasi akan menyebabkan informasi itu sulit digunakan untuk membuat keputusan karena adanya yang belum memperoleh informasi. Bila jumlah orang yang harus diberi informasi cukup banyak, proses berurutan memerlukan waktu yang lebih lama lagi untuk menyampaikan informasi kepada mereka. Selain itu, kebenaran atau kecermatan, informasi akan terganggu sebagai akibat dari interpretasi dan reproduksi pesan yang berlangsung dalam penyampaian secara berurutan.

e) Hambatan Komunikasi dalam Organisasi

Komunikasi dalam organisasi tidak selamanya berjalan dengan mulus lancar seperti yang diharapkan. Seringkali dijumpai dalam sebuah organisasi terjadi salah pengertian antara satu anggota dengan anggota lainnya atau antara atasan dengan bawahannya mengenai pesan yang mereka sampaikan dalam berkomunikasi.

Wursanto dalam bukunya *Etika Komunikasi Kantor* menulis bahwa hambatan komunikasi dapat dibedakan menjadi 6 macam, yaitu:⁵⁹

a. Hambatan yang bersifat teknis

Hambatan ini antara lain, kurangnya sarana dan prasarana yang diperlukan oleh organisasi, kondisi fisik yang tidak memungkinkan

⁵⁹ Abdullah Masmuh, *Komunikasi Organisasi dalam Perspektif Teori dan Praktek*, (Malang: UMM Press, 2010), 82-85.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

terjadinya komunikasi yang efektif, penguasaan teknik dan metode berkomunikasi yang tidak memadai.

b. Hambatan perilaku

Hambatan ini seperti, pandangan sifatnya apriori, prasangka yang didasarkan emosi, suasana otoriter, ketidakmauan untuk berubah, dan sifat yang egosentris.

c. Hambatan bahasa

Bahasa adalah semua bentuk yang dipergunakan dalam proses penyampaian berita, yaitu bahasa lisan, bahasa tertulis, gerak gerik, dan sebagainya. Penggunaan bahasa oleh seorang pemimpin atau komunikator dengan tanpa menghiraukan kemampuan bawahan atau orang yang diajak berbicara, akan menimbulkan salah pengertian (*miscommunication*).

Untuk menghindari adanya *miscommunication* yang disebabkan oleh adanya rintangan bahasa, maka hambatan bahasa dapat dihilangkan dengan usaha-usaha:

1. pergunakanlah kata-kata sederhana, mudah dimengerti oleh siapapun;
2. pergunakanlah kata bahasa yang benar;
3. pergunakanlah kalimat-kalimat yang pendek, singkat, dan jelas;
4. ingat dengan siapa kita mengadakan pembicaraan; sampai di mana tingkat kemampuan atau pendidikannya, sehingga kita dapat menyesuaikan diri;
5. pergunakanlah kode-kode,serta lambing-lambang, gerak-gerik yang dapat memperjelas apa yang kita ucapkan.

d. Hambatan struktur

Hambatan ini juga dapat disebut dengan hambatan organisasi; yaitu hambatan yang disebabkan oleh adanya perbedaan tingkat, perbedaan job dalam struktur organisasi. Adanya bawahan merasa malu, merasa takut apabila berhubungan dengan atasan atau pimpinannya, apalagi pimpinan yang bersangkutan seorang yang berwibawa dan disegani.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Karena adanya rasa malu, rasa takut bawahan kepada atasan maka komunikasi tidak berjalan sesuai dengan yang diharapkan.

Untuk menghindari hambatan struktur atau hambatan organisasi, dapat dilakukan, antara lain dengan cara:

1. Pemimpin harus lebih bersifat terbuka, dalam arti pemimpin harus supel, mau dan mudah bergaul dengan bawahan sehingga antara atasan dengan bawahan seperti hubungan antara seorang ayah dengan anaknya.
 2. Harus adanya keberanian pada diri sendiri. Dalam hal ini, bawahan dalam berhubungan dengan atasan, anggaplah seperti berhubungan dengan teman sekerja.
 3. Hubungan jangan terlalu formal. Hubungan antara atasan dengan bawahan yang terlalu formal akan membuat suasana menjadi mati, kaku sehingga hubungan atau jarak antara atasan dengan bawahan sangat jauh.
- e. Hambatan jarak

Hambatan ini juga disebut dengan hambatan geografis. Dari segi jarak atau geografis, komunikasi akan lebih akan mudah berlangsung apabila antara kedua belah pihak yang saling mengadakan interaksi itu berada di suatu tempat tidak berjauhan. Seorang pemimpin membutuhkan kecepatan dan ketepatan informasi untuk melaksanakan fungsi-fungsi manajerial. Oleh karena itu, diperlukan peralatan atau sarana komunikasi yang memadai sesuai dengan perkembangan zaman.

- f. Hambatan latar belakang

Setiap orang mempunyai latar belakang yang berbeda-beda. Perbedaan latar belakang dapat menimbulkan suatu gap atau hambatan dalam proses komunikasi. Hambatan ini dapat diklasifikasikan menjadi dua, yaitu latar belakang sosial dan latar belakang pendidikan.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

3. Kepemimpinan

a) Pengertian Kepemimpinan

Kepemimpinan merupakan suatu ilmu yang mengkaji secara komprehensif tentang bagaimana mengarahkan, mempengaruhi, dan mengawasi orang lain untuk mengerjakan tugas sesuai dengan perintah yang direncanakan. Ilmu kepemimpinan telah semakin berkembang seiring dengan dinamika perkembangan hidup manusia.⁶⁰

Pemimpin atau pimpinan dan kepemimpinan adalah ibarat sekeping mata uang logam yang tidak bisa dipisahkan, dalam artian bisa dikaji secara terpisah namun harus dilihat sebagai satu kesatuan. Seorang pemimpin harus mempunyai jiwa kepemimpinan, dan jiwa kepemimpinan yang dimiliki dari seorang pemimpin adalah tidak bisa diperoleh dengan cepat dan segera namun sebuah proses yang terbentuk dari waktu ke waktu hingga akhirnya mengkristal dalam sebuah karakteristik.⁶¹

Disetiap organisasi membutuhkan pemimpin dan pemimpin yang dipilih artinya adalah yang terbaik di organisasi tersebut. Salah satu tugas besar pemimpin adalah mewujudkan visi dan misi organisasi. Dalam konteks ini untuk memudahkan mewujudkan organisasi tersebut maka pemimpin harus bisa menyamakan visi dan misi yang dimilikinya dengan visi dan misi organisasi tersebut.⁶² Karena secara fakta pemimpin bekerja untuk organisasi tersebut di bukan lagi bekerja untuk dirinya sendiri. Maka sukses organisasi akan mampu menyukkseskan ia sebagai pemimpin di suatu organisasi di pimpinnya.

Definisi kepemimpinan yang dikemukakan oleh para ahli⁶³:

- a. Stephen P. Robbins mengatakan, kepemimpinan adalah kemampuan untuk mempengaruhi suatu kelompok kearah tercapainya tujuan.

⁶⁰ Irham Fahmi, *Perilaku Organisasi: Teori, Aplikasi, dan Kasus*, (Bandung: Alfabeta, 2014), 68.

⁶¹ Ibid, 69.

⁶² Ibid, 71.

⁶³ Ibid, 65.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

- b. Richard L. Daft mengatakan, Kepemimpinan (*leadership*) adalah kemampuan mempengaruhi orang yang mengarah kepada pencapaian tujuan.
- c. G. R. Terry memberikan definisi: *leadership is the activity of influencing people to strive willingly for mutual objectives*.
- d. Ricky W. Griffin mengatakan, pemimpin adalah individu yang mampu mempengaruhi perilaku orang lain tanpa harus mengandalkan kekerasan; pemimpin adalah individu yang diterima oleh orang lain sebagai pemimpin.

Onong Uchjana mengatakan bahwa “Kepemimpinan adalah suatu proses dimana seseorang memimpin (*directs*), memimbing (*guides*), dan mempengaruhi (*influences*), atau mengontrol (*controls*) pikiran, perasaan atau tingkah laku orang lain.”⁶⁴

b) Fungsi Kepemimpinan dalam Organisasi

Fungsi artinya jabatan (pekerjaan) yang dilakukan atau kegunaan suatu hal atau kerja suatu bagian tubuh. Sedangkan fungsi kepemimpinan berhubungan langsung dengan situasi sosial dalam kehidupan kelompok atau organisasi masing-masing, yang mengisyaratkan bahwa setiap pemimpin berada di dalam dan bukan diluar dari situasi itu. Fungsi kepemimpinan merupakan gejala sosial, karena harus diwujudkan dalam interaksi individu di dalam situasi sosial suatu kelompok atau organisasi. Fungsi kepemimpinan memiliki dua dimensi, yaitu⁶⁵:

- a. Dimensi yang berkenaan dengan tingkat kemampuan mengarahkan (*direction*) dalam tindakan atau aktivitas pemimpin.
- b. Dimensi yang berkenaan dengan tingkat dukungan (*support*) atau keterlibatan orang-orang yang dipimpin dalam melaksanakan tugas-tugas pokok kelompok atau organisasi.

⁶⁴ Onong Uchjana Effendy, *Human Relation dan Public Relations dalam Management*, (Bandung: CV. Mandar Maju, 1989), 195.

⁶⁵ Withzal Rivai dan Deddy Mulyadi. *Kepemimpinan dan Perilaku Organisasi*. (Jakarta: Rajawali Pers, 2012), 34.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Secara operasional, ada lima fungsi pokok kepemimpinan, yaitu⁶⁶:

a. Fungsi instruksi

Fungsi ini bersifat komunikasi satu arah. Pemimpin sebagai komunikator merupakan pihak yang menentukan apa, bagaimana, bilamana, dan dimana perintah itu dikerjakan agar keputusan dapat dilaksanakan secara efektif.

b. Fungsi konsultasi

Fungsi ini bersifat komunikasi dua arah. Pada tahap pertama dalam usaha menetapkan keputusan, pemimpin kerap kali memerlukan bahan pertimbangan, yang mengharuskannya berkonsultasi dengan orang-orang yang dipimpinnya yang dinilai mempunyai berbagai bahan informasi yang diperlukan dalam menetapkan keputusan. Tahap berikutnya konsultasi dari pimpinan pada orang-orang yang dipimpin dapat dilakukan setelah keputusan ditetapkan dan sedang dalam pelaksanaan.

c. Fungsi partisipasi

Dalam menjalankan fungsi ini pemimpin berusaha mengaktifkan orang-orang yang dipimpinnya, baik dalam keikutsertaan mengambil keputusan maupun dalam melaksanakan.

d. Fungsi delegasi

Fungsi ini dilaksanakan dengan memberikan pelimpahan wewenang membuat atau menetapkan keputusan, baik melalui persetujuan maupun tanpa persetujuan dari pimpinan berdasarkan. Fungsi delegasi pada dasarnya diartikan kepercayaan.

e. Fungsi pengendalian

Fungsi pengendalian bermaksud bahwa kepemimpinan yang sukses atau efektif mampu mengatur aktivitas anggotanya secara terarah dan dalam koordinasi.

⁶⁶ Withzal Rivai dan Deddy Mulyadi. *Kepemimpinan dan Perilaku Organisasi*. (Jakarta: Rajawali Pers, 2012), 34.

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

4. Sosialisasi

a. Pengertian Sosialisasi

Sosialisasi merupakan salah satu fungsi dari komunikasi sebagai produksi dan pengetahuan untuk mengendalikan perilaku anggota masyarakat agar tetap sesuai dengan apa yang menjadi perilaku kelompoknya. Secara sederhana komunikasi dapat diartikan sebagai proses belajar bagi seseorang atau sekelompok orang selama hidupnya untuk mengenali pola-pola hidup, nilai-nilai dan norma sosial agar ia dapat berkembang menjadi pribadi yang bisa diterima oleh kelompoknya.⁶⁷

Menurut Soerjono Soekanto, sosialisasi merupakan proses di mana anggota masyarakat yang baru mempelajari norma-norma dan nilai-nilai masyarakat di mana ia menjadi anggota. Kemudian Soerjono menambahkan bahwa, sosialisasi merupakan proses sosial tempat seorang individu mendapatkan pembentukan sikap untuk berperilaku yang sesuai dengan perilaku orang-orang di dalam kelompoknya.⁶⁸ Sedangkan menurut M. Sitorus, sosialisasi merupakan di mana seseorang mempelajari pola-pola hidup dalam masyarakat sesuai dengan nilai-nilai, norma dan kebiasaan yang berlaku untuk berkembangnya sebagai anggota masyarakat dan individu (pribadi).⁶⁹

Menurut pendapat Soerjono Soekanto dan M. Sitorus ini seperti halnya dalam sebuah organisasi yang mempunyai peraturan-peraturan yang berlaku dan sebagai anggota organisasi dapat mempelajari peraturan-peraturan tersebut seperti halnya dengan anggota yang lain tanpa terkecuali.

Lewat proses-proses sosialisasi, individu-individu masyarakat belajar mengetahui dan memahami tingkah pekerti apa saja yang harus dilakukan dan yang tidak. Dengan adanya sosialisasi warga masyarakat akan saling mengetahui peranan masing-masing dalam masyarakat, dan

⁶⁷ Elly M. Setiadi & Usman Kolip. *Pengantar Sosiologi Pemahaman Fakta dan Gejala Permasalahan Sosial: Teori, Aplikasi, dan Pemecahannya*. (Jakarta: Kencana, 2011), 155.

⁶⁸ Ibid, 156.

⁶⁹ Elly M. Setiadi & Usman Kolip. *Pengantar Sosiologi Pemahaman Fakta dan Gejala Permasalahan Sosial: Teori, Aplikasi, dan Pemecahannya*. (Jakarta: Kencana, 2011), 156.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

karenanya kemudian dapat bertingkah pekerti sesuai dengan peranan sosial masing-masing. Oleh karena itu, disamping masyarakat menjalankan proses-proses sosialisasi juga harus melaksanakan suatu usaha yang lain, ialah usaha melaksanakan kontrol sosial.⁷⁰

Pelaksanaan sosialisasi pasti mempunyai tujuan tertentu. Adapun tujuan sosialisasi menurut Bruce J. Cohen, yaitu:

1. Memberikan bekal keterampilan yang dibutuhkan bagi individu pada masa kehidupannya.
2. Memberikan bekal kemampuan untuk berkomunikasi secara efektif dan mengembangkan kemampuannya untuk membaca, menulis, dan berbicara.
3. Mengendalikan fungsi-fungsi organik melalui latihan-latihan mawas diri yang tepat.
4. Membiasakan diri individu dengan nilai-nilai dan kepercayaan pokok yang ada pada masyarakat.
5. Membentuk sistem perilaku melalui pengalaman yang dipengaruhi oleh watak pribadinya, yaitu bagaimana ia memberikan reaksi terhadap suatu pengalaman menuju proses pendewasaan (menurut Astrid Susanto).⁷¹

Aktivitas melaksanakan sosialisasi dapat dikerjakan oleh person-person tertentu, yang sadar atau tidak, dalam hal ini bekerja “mewakili masyarakat”. Mereka bisa dibedakan menjadi dua, yaitu⁷²:

1. Person-person yang mempunyai wibawa dan kekuasaan atas individu yang disosialisasi. Misalnya, ayah, ibu, guru, atasan pemimpin dan sebagainya.

⁷⁰ J. Dwi Narwoko & Bagong Suyanto, *Sosiologi Teks Pengantar & Terapan*, (Jakarta: Kencana Prenada Media Group, 2010), 75.

⁷¹ Elly M. Setiadi & Usman Kolip. *Pengantar Sosiologi Pemahaman Fakta dan Gejala Permasalahan Sosial: Teori, Aplikasi, dan Pemecahannya*. (Jakarta: Kencana, 2011), 157.

⁷² J. Dwi Narwoko & Bagong Suyanto, *Sosiologi Teks Pengantar & Terapan*, (Jakarta: Kencana, 2004), 77.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

2. Person-person yang mempunyai kedudukan sederajat (atau kurang lebih sederajat) dengan individu-individu yang tengah disosialisasi. Misalnya saudara sebaya, kawan sepermainan, kawan sekelas, dan sebagainya.

b. Macam-Macam Sosialisasi

Robert Lawang membagi sosialisasi menjadi dua macam:

a) Sosialisasi primer

Sosialisasi primer yaitu sosialisasi yang terjadi pada saat usia seseorang masih usia balita. Pada fase ini, seseorang anak dibekali pengetahuan tentang orang-orang yang berada di lingkungan sosial sekitarnya selalu berinteraksi seperti dengan ayah, ibu, kakak, dan anggota keluarga lainnya. Ia dibekali kemampuan untuk mengenali dirinya, terutama menyangkut siapa nama panggilannya, identitas dirinya, yaitu membedakan antara dirinya dengan orang lain.

b) Sosialisasi sekunder

Sosialisasi sekunder yaitu sosialisasi yang berlangsung setelah sosialisasi primer, yaitu semenjak usia 4 tahun hingga selama hidupnya. Sosialisasi sekunder ini proses pengenalan dengan tata kelakuan dalam lingkungan sosialnya, seperti teman, sepermainan, teman sejawat, sekolah, orang lain yang lebih dewasa hingga pada proses adat istiadat yang berlaku di lingkungan sosialnya.⁷³

c. Tipe Sosialisasi

Tipe sosialisasi setiap kelompok masyarakat mempunyai standar dan nilai yang berbeda. Perbedaan standar dan nilai pun tidak terlepas dari tipe sosialisasi yang ada, ada dua tipe sosialisasi, yaitu⁷⁴:

⁷³ Elly M. Setiadi & Usman Kolip. *Pengantar Sosiologi Pemahaman Fakta dan Gejala Permasalahan Sosial: Teori, Aplikasi, dan Pemecahannya*. (Jakarta: Kencana, 2011), 167-168.

⁷⁴ Marlanny Rumimpunu, dkk. *Jurnal. Strategi Humas dalam Mensosialisasikan Program Listrik Pintar PT. PLN (PERSERO) Wilayah Suluttenggo di Ranotana*. 2014.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

a) Formal

Sosialisasi tipe ini terjadi melalui lembaga-lembaga yang berwenang menurut ketentuan yang berlaku dalam Negara, seperti pendidikan sekolah atau militer.

b) Informal

Sosialisasi tipe ini terdapat di masyarakat dalam pergaulan yang bersifat kekeluargaan, seperti antara teman, sahabat, sesama anggota klub, dan kelompok-kelompok sosial yang ada di dalam masyarakat.

d. Bentuk Sosialisasi

Sosialisasi dapat terjadi secara langsung bertatap muka dalam pergaulan sehari-hari, dapat juga terjadi secara tidak langsung, seperti melalui telepon, surat atau melalui media massa. sosialisasi dapat berlangsung lancar dan biasanya dengan sedikit saja kesadaran bahwa seseorang sedang disosialisasikan atau sengaja mensosialisasikan diri terhadap kebiasaan kelompok masyarakat tertentu.⁷⁵ Proses sosialisasi dapat terjadi dalam kelompok atau institusi sosial atau lembaga dalam masyarakat.⁷⁶

B. Penelitian Terdahulu

Dalam penelitian ini peneliti memaparkan penelitian terdahulu yang relevan dengan permasalahan yang akan diteliti tentang “Komunikasi Pimpinan dalam Mensosialisasikan Peraturan Menteri Agama Republik Indonesia (PMA RI) No. 29 Tahun 2016 di Kementerian Agama Kota Pekanbaru”.

1. eJournal Ilmu Komunikasi, Volume 2, Nomor 2, 2014, dengan judul, “*Komunikasi Organisasi dalam Mensosialisasikan Budaya Organisasi Prinsip 46 PT. Bank Negara Indonesia (PERSERO) Tbk. Cabang Utama Samarinda*”. Ditulis oleh Nia Septiani Putri.⁷⁷ Fokus penelitian ini adalah komunikasi organisasi melalui komunikasi ke bawah, komunikasi

⁷⁵ Abdul Syani, *Sosiologi Skematika. Teori, Dan Terapan*, (Pt. Bumi Aksara: Jakarta, 1992), 58.

⁷⁶ Ibid, 60.

⁷⁷ Nia Septiani Putri, “Komunikasi Organisasi dalam Mensosialisasikan Budaya Organisasi Prinsip 46 PT. Bank Negara Indonesia (PERSERO) Tbk. Cabang Utama Samarinda”, *eJournal Ilmu Komunikasi*, Vol. 2, No. 2, (2014), 366-399.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumpukan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

kelompok kecil, dan saluran media komunikasi. Metode penelitiannya adalah metode penelitian deskriptif kualitatif. Hasil penelitiannya adalah menunjukkan komunikasi ke bawah telah berjalan dengan baik, pimpinan bidang operasional menyampaikan segala informasi yang diperlukan secara terbuka dengan berusaha mengurangi ketidakpastian yang dirasakan karyawan seperti bersikap yang sesuai dengan budaya organisasi 46 sebagai wujud contoh dan teladan bagi karyawan sehingga karyawan dapat mempercayai apa yang dikomunikasi pimpinan tentang nilai-nilai budaya organisasi 46. Penelitian ini memiliki persamaan dengan penelitian yang dilakukan peneliti yaitu mengenai komunikasi organisasi. Tetapi memiliki permasalahan dan lokasi penelitian yang berbeda. Peneliti melakukan penelitian komunikasi pimpinan dalam mensosialisasikan peraturan di Kementerian Agama Kota Pekanbaru.

2. Jurnal, dengan judul *"Komunikasi Organisasi Internal pada Proses Sosialisasi Budaya Organisasi (Studi Kasus: PT PERTAMINA (PERSERO) Kantor Pusat pada Revisi Corporate Secretary)*. Ditulis oleh Nabila Priyanka.⁷⁸ Fokus penelitian ini adalah bagaimana proses sosialisasi budaya organisasi yang dilakukan oleh karyawan pada saat baru masuk kerja, yang berlangsung pada divisi *Corporate Secretary* di PT PERTAMINA (PERSERO) dan seperti apa komunikasi organisasi internal dalam membantu proses sosialisasi karyawan. Metode penelitian yang digunakan adalah diskriptif kualitatif dengan pengumpulan data dengan cara observasi, wawancara, dan studi kepustakaan. Hasil penelitian ini adalah komunikasi organisasi internal yang membantu proses sosialisasi budaya organisasi terdapat berbagai kegiatan formal dan informal seperti interaksi antar karyawan pada kegiatan rutin *HSE Meeting dan Gathering*. Penelitian ini memiliki persamaan yaitu membahas komunikasi organisasi bagian internal dalam melakukan sosialisasi. Perbedaannya adalah

⁷⁸ Nabila Priyanka, *"Komunikasi Organisasi Internal pada Proses Sosialisasi Budaya Organisasi (Studi Kasus: PT PERTAMINA (PERSERO) Kantor Pusat pada Revisi Corporate Secretary)*.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

penelitian ini membahas mengenai proses sosialisasi budaya organisasi sedang peneliti meneliti mengenai sosialisasi peraturan.

3. Jurnal Bisnis dan Komunikasi, Volume 1, Nomor 1, Agustus 2014, dengan Judul, “*Komunikasi Internal dalam Mensosialisasikan Program Keselamatan Kerja di Institusi Teknologi dan Bisnis Kalbis Jakarta*”. Ditulis oleh Salman dan Satya Candrasari.⁷⁹ Fokus Penelitian ini adalah bagaimana komunikasi internal dalam mensosialisasikan program keselamatan kerja di Institusi Teknologi dan Bisnis Kalbis Jakarta. Metode penelitian yang digunakan adalah kualitatif diskriptif dengan pengumpulan data melalui wawancara mendalam dan pengamatan. Hasil penelitian adalah menunjukkan bahwa komunikasi internal tentang sosialisasi keselamatan masih sangat kecil dan minim, karena sosialisasi keselamatan kerja di lingkungan Institut Teknologi dan Bisnis Kalbis hanya menggunakan media konvensional seperti mading, dan tanda-tanda evakuasi dibuat di setiap lantai. Penelitian ini memiliki persamaan dengan penelitian yang dilakukan peneliti adalah mengkaji komunikasi organisasi bagian internal dalam melakukan sosialisasi. Perbedaannya terletak pada yang disosialisasikan, penelitian ini mensosialisasikan program sedangkan peneliti mensosialisasikan peraturan.

⁷⁹ Salman dan Satya Candrasari, “Komunikasi Internal dalam Mensosialisasikan Program Keselamatan Kerja di Institusi Teknologi dan Bisnis Kalbis Jakarta”, *Vol 1, No 1 (Agustus 2014)*, 1-10.

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumpukan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

C. Kerangka Pikir

Dalam penelitian ini akan menjelaskan bagaimana Komunikasi Pimpinan dalam Mensosialisasikan Peraturan Menteri Agama Republik Indonesia No. 29 Tahun 2016 kepada pegawai Kementerian Agama Kota Pekanbaru.

Berdasarkan informasi yang diterima oleh peneliti ketika melakukan prariset di Kementerian Agama Kota Pekanbaru, pimpinan atau kepala kantor Kementerian Agama Kota Pekanbaru Drs. Edwar S. Umar, M. Ag telah mensosialisasikan Peraturan Menteri Agama (PMA) RI No. 29 Tahun 2016 ini kepada pegawai melalui rapat di ruangan aula Kementerian Agama Kota Pekanbaru dan menjadi tema Amanat Pembina Apel oleh Kepala SubBag Tata Usaha di upacara senin rutin atau apel mingguan kementerian agama kota pekanbaru.

Berdasarkan uraian dari kajian teori peneliti memfokuskan penelitian ini pada komunikasi pimpinan dalam menyampaikan informasi atau pesan mengenai sosialisasi PMA RI No. 29 Tahun 2016 tentang Pembarian, Penambahan, dan Pengurangan Tugasan Kinerja Pegawai pada Kementerian Agama kepada pegawai melalui komunikasi yang digunakan dengan didasari oleh unsur-unsur komunikasi yaitu: komunikator, pesan, media, komunikan, dan efek yaitu:

1. Komunikasi Vertikal

Komunikasi vertikal adalah komunikasi dari pimpinan kepada bawahan dan dari bawahan kepada pimpinan secara timbal balik.

2. Komunikasi Horizontal

Komunikasi horizontal adalah komunikasi yang terjadi antara bagian-bagian yang memiliki posisi sejajar atau sederajat dalam suatu organisasi.

3. Komunikasi Diagonal

Komunikasi diagonal adalah komunikasi antara seksi dengan pegawai seksi lain.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

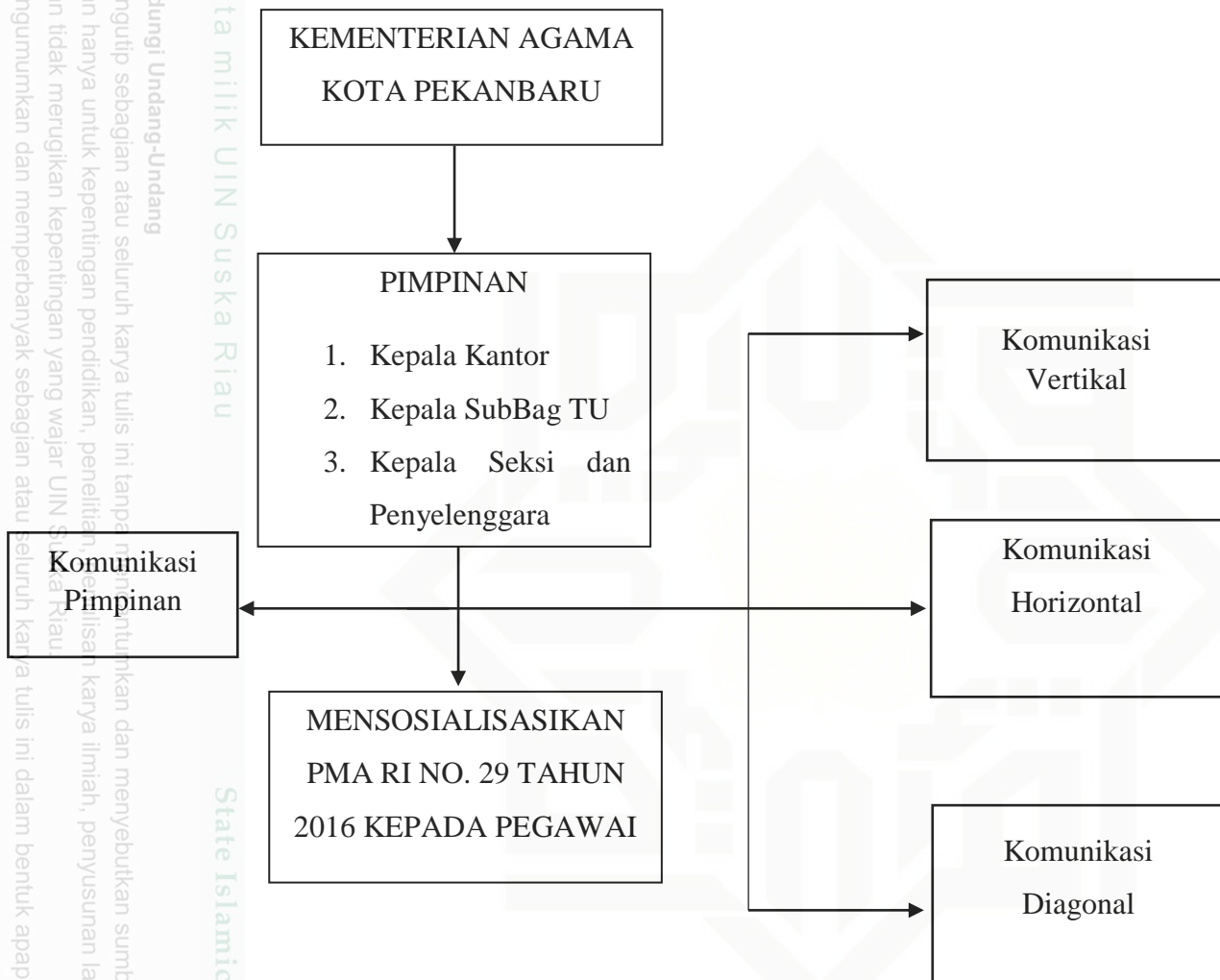
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mengutip sumber.

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Dalam penelitian ini peneliti memaparkan kerangka pikir sebagai berikut:



Gambar 2.4 Kerangka Pikir Penelitian